

программы образовательного туризма — это месячные программы. Исходя из этого, например, харьковские предприятия городского хозяйства могли бы получить более 2 млн. долларов в год. Городской бюджет Харькова на 2000 год составляет около 40 млн. долларов и в нем предусмотрено около 2 млн. долларов на нужды образования.

Таким образом, развитие международного образовательного туризма способно внести заметный вклад в экономику украинских городов и украинского образования. Кроме того, становление международного образовательного туризма будет способствовать решению ряда стратегических задач Украины: заявить о себе миру как о стране с огромным образовательным, научным, культурным потенциалом; привлечь зарубежные финансовые ресурсы для поддержки отечественной системы образования; расширить и обогатить контакты украинской элиты с гражданами разных стран для реальной интеграции Украины в мировое сообщество.

Меры, необходимые для становления и развития этой перспективной инновации в туризме и в образовании Украины, отмечены нами ранее [3, 4].

1. Папирян Г.А. Международные экономические отношения: Экономика туризма. - М.: Финансы и статистика, 1998. - 208 с.

2. <http://www.ed.ac.uk/internat> <http://www.cam.ac.uk> <http://www.univ-lille1.fr>  
<http://www.ox.ac.uk> <http://www.umass.edu/hrta/> <http://www.u-paris1.fr>

3. Прокутин И.М. Проблемы менеджмента инноваций (на материале становления образовательного туризма в Украине) // Региональные перспективы. — 2000. — №2-3 (9-10). - С. 76-77.

4. Бархаев Ю.П., Прокутин И.М. Возможности становления новых видов международного туризма в Украине (на примере образовательного туризма) // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції: "Туризм на порозі III тисячоріччя: екологія, культура, освіта, інформація", Ялта, 2000 (в печати).

Получено 10.07.2000

УДК 796.51

М.В. ТОНКОШКУР

*Харьковская государственная академия городского хозяйства*

## РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Рассмотрен региональный аспект развития туризма. Приведены основные факторы, влияющие на туристскую привлекательность Украины. Предложены возможные основные положения региональной туристской политики и функции региональных представительств по туризму.

Туризм является одной из наиболее рентабельных и стабильно развивающихся отраслей в мире. По итогам 1999г. международный туризм стал ведущей экспортной отраслью на планете (532 млрд. долл.), опередив автомобилестроение (525 млрд. долл.) и химическую промышленность (503 млрд. долл.) [8].

Вступление во Всемирную туристскую организацию (ВТО), внедрение международных стандартов подсчета количества иностранных туристов, усиление контроля над сбором информации позволили, наконец, реально определить место и значение Украины в международном туризме: по итогам 1999г. по основным параметрам ВТО она вошла в число тридцати ведущих государств мира. Однако такой показатель является лишь следствием совершенствования статистического учета и сбора информации, коренных же изменений в отечественной туристской сфере еще не произошло. Перед Украиной стоит множество проблем, решение которых, учитывая ограниченность финансовых ресурсов, сегодня сильно затруднено. Более того, недавние изменения в структуре Кабинета Министров, которые привели к слиянию Государственного комитета по туризму с комитетами по физической культуре и спорту и молодежной политики, не дают возможности говорить о грамотной централизованной организации туристской политики страны, которая бы реально стимулировала развитие этой отрасли экономики, которая дает треть экспортных поступлений Украины [7].

В такой ситуации еще большее значение приобретает региональный аспект развития туризма. Формирование представительств по туризму в регионах, которым бы были предоставлены значительные права в сфере регулирования туризма, позволит не только более четко организовать работу субъектов туристской деятельности, но и оперативно реагировать на колебания рынка. На начальном этапе деятельность таких представительств должна быть направлена на определение туристского потенциала региона, его привлекательности, которая зависит от следующих факторов:

- наличие и состояние природных, исторических и архитектурных памятников;
- уровень развития туристской инфраструктуры, в том числе гостиничной базы и общественного питания;
- наличие центров досуга и возможностей для развлечения и отдыха;
- отношение местного населения к туристам;
- криминогенная и экологическая обстановка;
- уровень цен;

- торговое обслуживание, возможность осуществления туристами покупки сувениров;
- наличие выставок, ярмарок, проведение семинаров, конгрессов и т.п.

С учетом значимости вышеперечисленных факторов должна быть определена концепция комплексного развития регионов, устанавливающая основные функции туристских региональных представительств и включающая в себя следующие аспекты:

- определение наиболее привлекательных туристских зон в регионе, а также обеспечение координации деятельности субъектов туристской сферы с целью организации межрегиональных туристских маршрутов;
- подготовка перечня туристских ресурсов, среди которых особое внимание заслуживает классификация культурного, исторического, природного наследия, определение наиболее значимых объектов для развития туризма;
- четкое определение (в связи с ограниченными финансовыми возможностями) туристской инфраструктуры (которая должна включать не только гостиничное хозяйство и общественное питание, но и смежные отрасли, тесно связанные с туризмом [1] с целью ее дальнейшего комплексного развития);
- проведение маркетинговых исследований для определения основных туристских потоков в регион и перемещение туристов внутри него, а также с целью установления преобладающих в регионе видов туризма;
- использование в целях туризма национального достояния, включающего как природные, так и искусственные объекты;
- развитие духовной сферы туризма, а также народного творчества местного населения, которое бы подчеркивало особенности и колорит региона;
- проведение мероприятий, направленных на сохранение исторических и природных памятников, защиту окружающей среды регионов.

Учитывая различные природные условия в регионах, неравномерность размещения памятников, недостаток средств и другие факторы, региональные представительства должны особо акцентировать внимание, во-первых, на развитии тех видов туризма, которые не требуют серьезных капиталовложений, а могут развиваться на основе существующей материально-технической базы (например, целесообразно возродить недорогой массовый туризм, который бы привлек в первую очередь отечественных туристов); во-вторых, на развитии не пре-

обладающих в регионе видов туризма, которые, используя существующую материально-техническую базу и, следовательно, не требуя значительных средств для развития, дополняли бы основные виды (например, для сглаживания сезонных колебаний, при условии снижения цен по сравнению с главным туристским сезоном, возможно развитие детского, экскурсионного туризма, конгрессного туризма в Крыму и Одесском регионе, лечебно-оздоровительного – в ряде регионов Украины).

Таким образом, формирование реально действующих региональных представительств по туризму ускорит процесс реформирования отрасли, позволит создать гибкую программу развития туризма в регионе и будет способствовать созданию программ комплексного экономического развития как региона, так и страны в целом.

- 1.Абрамов В.В., Тонкошкур М.В. Комплексный подход к развитию туризма // Коммунальное хозяйство городов. Вып. 20, часть II. – К.: Техніка, 1999. – С. 81 – 86
- 2.Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000 – 320 с.
- 3.Папирян Г.А. Международные экономические отношения: Маркетинг в туризме. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 160 с.
- 4.Папирян Г.А. Международные экономические отношения: Экономика туризма. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 208 с.
- 5.Туристично-красназавчі дослідження. Вип. 1: Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції "Туризм в Україні: економіка та культура". У двох частинах. – К.: КМ-Трейдінг, 1998. – Частина 1. – 424 с.
- 6.Туристично-красназавчі дослідження. Вип. 2. – К.: ЧП Кармаліта, 1999. – 656 с.
- 7.Business Central Europe Magazine // Internet: [http:// www.bcemag.com](http://www.bcemag.com)
- 8.Tourism Highlights. 2000. – Madrid: World Tourism Organization, 2000. – 26 с.

*Получено 19.07.2000*

УДК 796.51

МУСА ОМУШ

*Харьковская государственная академия городского хозяйства*

## **РОЛЬ МАРКЕТИНГА РЕГИОНОВ В СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА**

Дана классификация составных частей маркетинга регионов с целью разработки бизнес-планов развития туризма. Подчеркивается, что использование маркетинговых методов является основой для оценки потенциального ресурса регионов в расширении услуг по туризму. Приводится схема маркетинга регионов.

В последние годы туризм в мировой экономике занимает все большее место. Правительства многих стран тщательно изучают возможности его развития в своих регионах. При этом, чтобы оценить ресурсный потенциал туризма, пользуются самыми различными методами экономической науки. Наиболее перспективным для этой цели, с